

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

COLLEGIUM WITELONA UCZELNIA PAŃSTWOWA WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

Kierunek studiów:	FINANSE I ZARZĄDZANIE W PRZEDSIĘBIORSTWIE						
Poziom studiów:	studia drugiego stopnia						
Profil studiów:	praktyczny						
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne						
Nazwa modułu:	Marketing międzynarodowy						
Rodzaj modułu:	MODUŁ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO						
Język wykładowy:	Język polski*						
Rok studiów:	2	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	3	Wykład**					
Liczba punktów ECTS ogółem:	1	15/10					
Forma zaliczenia:	Zaliczenie z oceną						
Wymagania wstępne:	wiedza z zakresu marketingu						

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

Cel 1: Dostarczenie wiedzy na temat istoty i pojęcia marketingu międzynarodowego oraz jego znaczenia we współczesnej gospodarce.

Cel 2: Przedstawienie roli czynników otoczenia międzynarodowego w prowadzeniu działalności gospodarczej na rynkach zagranicznych oraz podstawowych strategii wejścia i obecności na rynkach międzynarodowych .

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH

Efekt uczenia się	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych
wiedzy:		
W01	posiada wiedzę o współczesnych koncepcjach i strategiach zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie na rynku międzynarodowym	K2FZ_W02
umiejętności:		
U01	potrafi opisać i dokonać analizy działalności marketingowej przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym	K2FZ_U07
kompetencji społecznych:		
-	-	-

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)

Wykłady

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
W1	Prezentacja treści karty modułu. Pojęcie, zakres, zasady i geneza marketingu międzynarodowego	2/2
W2	Charakterystyka i analiza i otoczenia międzynarodowego. Wpływ otoczenia na przygotowanie strategii marketingowej	3/2
W3	Strategie wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	4/2
W4	Zachowania nabywców na rynkach międzynarodowych	3/2
W5	Kompozycja marketingu-mix na rynkach międzynarodowych: produkt, cena, dystrybucja, promocja - specyfika i charakterystyka	3/2

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Metody kształcenia:

Wykład: prezentacje multimedialne, wykłady dyskusyjne

2. **Narzędzia (środki) dydaktyczne:** prezentacje multimedialne, teksty źródłowe, dokumenty, internet, rzutnik multimedialny, tablica multimedialna

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

1. Formy zaliczenia:

Wykład: zaliczenie z oceną

2. Sposób weryfikacji i oceniania efektów uczenia się:

Wykład:

- praca zaliczeniowa – kryteria oceny: • 51% - 60% - ocena dostateczna, • 61% - 70% - ocena dostateczna plus, • 71% - 80% - ocena dobra, • 81% - 90% - ocena dobra plus, • 91% - 100% - ocena bardzo dobra.

3. **Podstawowe kryteria** oceny lub wymagania zaliczeniowe określone są indywidualnie, jednak powinny zachować adekwatność wobec zaplanowanych efektów uczenia się

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	15/10
Udział w wykładach	15/10
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	10/15
Przygotowanie do wykładu	3/6
Przygotowanie do zaliczenia wykładu	7/9
Łączna liczba godzin	25
Punkty ECTS za moduł	1

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Fonfara, K. (2014). Marketing międzynarodowy: współczesne trendy i praktyka. PWN.
2. Duliniec, E. (2009). Marketing międzynarodowy. PWE.
3. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I., (2024). Marketing 6.0. Przyszłość jest immersyjna, wydanie pierwsze MT biznes Ltd..

Literatura uzupełniająca:

1. Smalec, A. (2012). Marketing międzynarodowy: wybrane zagadnienia. Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Na kierunkach studiów, na których obowiązują standardy kształcenia oraz odrębne przepisy określone przez właściwego ministra, karty modułów powinny także uwzględniać powyższe uregulowania

*należy odpowiednio wypełnić

** należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)